# BAB V

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peningkatan minat beli konsumen di dorong oleh penggunaan media social instagram dan pemilihan lokasi usaha dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Penggunaan Media Sosial Instagram yang terdiri dari empat indikator yaitu context, communication, collaboration, connection. dengan kriteria baik Secara umum Penggunaan Media Sosial Instagram itu sendiri berada pada kriteria baik. Hanya masalah konsumen memberikan komentar atau masukan mengenai produk melalui Instagram, dengan memberikan komentar atau masukan mengenai barang yang di jual di instagram maka penjual akan mengoreksi dan memperbaiki barangnya apabila masih kurang baik sehingga di kemudian hari barang yang di posting di instagram hasilnya akan jauh lebih baik dari yang sekarang.

2. pemilihan lokasi usaha yang terdiri dari empat indikator yaitu keterjangkauan lokasi, kelancaran akses menuju lokasi, kedekatan. Masuk dalam kriteria sangat baik serta pemilihan lokasi usaha secara keseluruhan berada dalam kriteria baik. Hanya masih ada beberapa hal yang terdapat pada indikator pemilihan lokasi usaha yang masih harus

diperbaiki yaitu lokasi toko maternal disaster dekat dengan tempat melakukan kegiatan harian pemilihan tempat usaha menjadi modal awal dalam melakukan jual beli sehingga kita harus memperhatikan tempat yang akan dijadikan usaha oleh kita sendiri untuk mendapatkan laba yang lebih banyak.

3. minat beli konsumen yang terdiri dari tiga indikator yaitu minat transaksional, minat refrensional, minat preferensial, minat eksploratif, Masuk dalam kriteria sangat baik serta minat beli konsumen secara keseluruhan berada dalam kriteria baik. Hanya masih Apakah kalian selalu mencari tahu informasi tentang maternal disaster dengan melihat minat beli konsumen untuk membeli barang sebagai pembuat barang kita harus melihat barang yang dipasarkan saat ini yang lagi tranding dan memiliki nilai penjualan tinggi.

4. Penggunaan Media Sosial Instagram dan pemilihan lokasi usaha secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap minat beli konsumen. Diantara variabel independen, pemilihan lokasi usaha memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap minat beli konsumen dibanding Penggunaan Media Sosial Instagram. pemilihan lokasi usaha secara parsial memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen, sementara Penggunaan Media Sosial Instagram secara parsial hanya memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat dipertimbangkan sebagai masukan dan saran untuk masa mendatang.

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan Media Sosial Instagram sudah baik, namun masih terdapat dua indikator yang dianggap masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan kembali, yaitu mengenai context, Communication. Untuk itu media social intagram harus bisa kreatif dalam membaut konten, ajakan kepada konsumen untuk lebih mengedepankan penjualan dan informasi yang dijelaskan dalam postingan intagram harus bisa mewakili barang yang dijualnya.

2. pemilihan lokasi usaha sudah baik, namun masih ada satu indikator yang masih perlu diperbaiki, yang terdapat satu indikator yakni keterjangkauan lokasi. Untuk itu ketika akan memulai sebuah usaha kita harus melihat tempat yang akan dijadikan usaha oleh dan usaha yang lebih cocok di tempatnya apa agar tidak salah mengambil tempat dan jenis usahanya apa di tempat tersebut.

3. minat beli konsumen dinilai sudah tinggi, namun dalam hal ini masih ada yang perlu di perbaiki di variable minat beli konsumen yaitu minat preferensional dengan perbaikan di produk yang akan dipasarkan dengan ke konsumen jangan sampai barang ketika sudah diterima konsumen memiliki cacat atau rusak saat perjalanan karena akan menimbulkan ketidakpercayaan lagi untuk membeli lagi barang di tempat atau toko tersebut.

4. Penggunaan Media Sosial Instagram dan pemilihan lokasi usaha terhadap minat beli konsumen dinilai tinggi, untuk itu perusahaan diharapkan dapat memperbaiki dan mempertahankan kondisi Penggunaan Media Sosial Instagram serta pemilihan lokasi usaha untuk para konsumen agar minat beli konsumen dapat terus meningkat.